

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

##### **1. Lokasi Absolut**

Kota Bandung terletak di wilayah Jawa Barat dan merupakan Ibu Kota Provinsi. Secara astronomis Kota Bandung terletak diantara 107°36' BT dan 6°55' LS. Sedangkan secara administrative, Kota Bandung berbatasan dengan daerah :

- a. Di sebelah barat berbatasan dengan Kota Cimahi dan Kabupaten Bandung Barat.
- b. Di sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Bandung Barat (Kecamatan Cisarua, Kecamatan Lembang, Kecamatan Cimenyan, Kecamatan Cilengkrong).
- c. Disebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung
- d. Disebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Buah batu, Kecamatan Margaasih, Kecamatan Margahayu, dan Kecamatan Dayeuh Kolot, Kabupaten Bandung

##### **2. Lokasi Relatif**

Pasar Induk Gedebage berada di bagian timur Kota Bandung, Pasar Induk Gedebage berlokasi di Jln. Soekarno Hatta Km 125, Bandung, untuk mencapai lokasi tersebut dapat ditempuh dengan menggunakan angkutan umum yaitu angkutan umum trayek Simpang Dago – Panyileukan dengan warna pink, angkutan umum trayek Dipatiukur – Panghegar dengan warna putih dengan strip kunin), angkutan umum trayek Stasiun Hall – Gedebage dengan warna hijau muda, angkutan umum trayek Majalaya – Gedebage dengan warna hijau tua strip merah dan Cicadas – Cibiru dengan warna hijau tua strip putih.

Pasar Induk Caringin berada di bagian barat Kota Bandung, Pasar Induk Caringin berlokasi di Jln. Soekarno Hatta Km 23, untuk mencapai lokasi tersebut dapat ditempuh dengan menggunakan angkutan umum yaitu angkutan umum trayek

Caringin – Dago dengan warna oranye, angkutan umum trayek Sadang Serang – Caringin berwarna biru muda dengan stirp hijau tua.

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Sugiyono (2008:17) menjelaskan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Populasi dalam penelitian ini adalah pasar induk yang berada di Kota Bandung yaitu Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin.

### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2008:118) menjelaskan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sampel yang di ambil dalam penelitian ini yaitu Pasar Induk, di Kota Bandung terdapat dua Pasar Induk yaitu pasar Induk Gedebage dan Pasar Induk Caringin. Dalam penelitian ini untuk mengambil sampel wilayah dan sampel responden konsumen yang berada di Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin.

#### **a. Sampel Wilayah**

Sampel wilayah yang diambil adalah di Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin.

#### **b. Sampel Responden**

Sampel responden pada penelitian ini terbagi dalam dua kelompok, yaitu responden konsumen, dan sampel responden pedagang yang berada di Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin:

##### **1.) Sampel Responden Konsumen**

Sampel responden pada penelitian ini yaitu responden konsumen, yang berada di Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin. Penarikan sampel konsumen dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2008:1) sampling aksidental adalah “teknik penentuan sampel berdasarkan

kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”. Sampel konsumen dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi daerah penelitian dalam waktu yang sama dengan peneliti. Jumlah sampel yang di ambil yaitu 40 orang atau responden di masing-masing pasar.

## 2.) Sampel Responden Pedagang

Pada sampel responden pedagang diambil dengan menggunakan teknik sampel acak sederhana (*simple random sample*) dimana dalam pengambilan sampelnya peneliti mencampur subjek-subjek di dalam populasi sehingga subjek dianggap sama.

Untuk menentukan besarnya sampel, Sumatmadja (1988:113) mengatakan bahwa “untuk menentukan besarnya sampel tidak ada ketentuan yang pasti, besar angkanya dapat berkisar 10-25%. “Sejalan dengan pendapat di atas, Tika (2002:33) menjelaskan bahwa “belum ada ketentuan yang jelas tentang batas minimal besarnya sampel. Namun, dalam teori sampling dikatakan bahwa sampel yang terkecil dan dapat mewakili distribusi normal adalah 30.” Untuk penelitian ini diambil 40 responden dari konsumen dan pedagang untuk menghindari kekurangan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini

## C. Metode Penelitian

Denial (2007: 50) menjelaskan bahwa “metode pada dasarnya merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Dalam tulisan ilmiah metode adalah kuncinya, jika metodenya keliru maka bahasan dan substansinya tidak akan diperoleh”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat dan hubungan antar fenomena yang ada di daerah penelitian. Penelitian tidak terbatas hanya sampai pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisis dan interpretasi data itu

sendiri. Menurut Tika (2005:4) tujuan dari penelitian deskriptif ini mengarah pada “Pengungkapan suatu masalah atau keadaan sebagaimana adanya dan mengungkapkan fakta-fakta yang ada, walaupun kadang-kadang diberikan interpretasi atau analisis”.

Adapun ciri-ciri dari penelitian deskriptif ini yang di kemukakan oleh Narbuko dan Achmadi (2004:44) yaitu :

1. Pada umumnya bersifat menyajikan potret keadaan yang bias mengajukan hipotesis atau tidak.
2. Merancang cara pendekatannya, hal ini meliputi macam datanya, penentuan sampelnya, penentuan metode, pengumpulan datanya, melatih para tenaga lapangan dan sebagainya
3. Mengumpulkan data
4. Menyusun laporan

#### **D. Variabel Penelitian**

Sugiyono (2008:118) ,mengemukakan bahwa “variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat, atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel tunggal, dalam variabel ini terdapat faktor-faktor yang berhubungan dengan penelitian ini. Yang di jelaskan pada Tabel 3.2.

**Tabel 3.2**  
**Variabel Penelitian**

No	Variabel	Indikator	
1	Komparasi Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Kota Bandung	Fisik	a. Lokasi
			b. Aksesibilitas
			c. Daya Tampung
2	Komparasi Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Kota Bandung	Manajemen	d. Sejarah
			e. Tujuan dan Visi
			f. Setting Keruangan
3	Komparasi Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Kota Bandung	Karakteristik	g. Konsumen
			h. Pedagang

## **E. Definisi Operasional**

Judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “Komparasi Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin Kota Bandung“. Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam proposal penelitian ini, maka penulis menggunakan definisi operasional mengenai judul tersebut, yaitu sebagai berikut :

### **1. Studi Komparasi**

Dalam penelitian komparasi, dijelaskan Sudjud dalam Pabundu Tika (2002:236). Penelitian komparasi akan dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang.. dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan pandangan-pandangan orang, grup atau Negara, terhadap kasus, terhadap orang atau terhadap ide-ide. Dalam penelitian ini akan mengemukakan perbandingan persamaan atau perbedaan dalam segi lokasi (aksesibilitas) maupun daya dukung yang ada di Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin.

### **2. Pasar Induk**

Pasar yang dalam kegiatannya merupakan pusat kegiatan, pusat pelelangan, dan pusat penyimpanan barang-barang pangan untuk disalurkan pada pasar-pasar lain. Menurut Setiadi (2000:5) merupakan pusat penampungan barang sebelum didistribusikan ke pasar umum atau ke pengecer. Di pasar ini akan terjadi transaksi harga antara pedagang daerah dengan penampung/agen/pemilik kios.

### **3. Lokasi (Aksesibilitas)**

Salah satu faktor menentukan suatu lokasi menarik atau tidak menarik untuk dikunjungi adalah tingkat aksesibilitas. Menurut Tarigan (2008:78) “tingkat aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain di sekitarnya”. Menurut pendapat James J. Spillane (1997:38) “Aksesibilitas adalah: Kemampuan untuk mencapai suatu tujuan wisata tertentu dapat lebih mudah atau lebih sulit untuk menjangkaunya. Aksesibilitas ini dapat diukur dengan beberapa parameter yaitu kondisi (keadaan jalan), kemiringan jalan, jaringan transportasi, waktu tempuh, jarak tempuh, tingkat kemudahan

Tingkat aksesibilitas antara lain dipengaruhi oleh jarak tempuh, kondisi jalan, waktu tempuh, kondisi jalan dan tingkat keamanan serta kenyamanan untuk melalui jalan tersebut (Tarigan 2008:78).

a. Jarak Tempuh

Jarak tempuh adalah jarak yang dibutuhkan untuk menjangkau atau mencapai satu waktu dalam satuan meter (m) ataupun kilo meter (km) dari satu tempat ke tempat lainnya.

b. Kondisi Jalan

Suatu kondisi atau keadaan jalan baik dalam keadaan rusak maupun keadaan baik.

c. Waktu Tempuh

Waktu tempuh adalah waktu yang dibutuhkan untuk menjangkau atau mencapai satu jarak dalam satuan menit atau jam dari satu tempat ke tempat lainnya.

d. Jenis Transportasi

Kendaraan yang digunakan konsumen untuk menjangkau lokasi Pasar Induk.

#### 4. Daya Dukung

Menurut Catton dalam Daya Tampung Wilayah (1990:4), "Daya dukung adalah kondisi maksimum suatu daerah untuk menyokong individu suatu spesies secara terus menerus". Kemudian daya dukung suatu wilayah atau daerah biasanya meliputi faktor pembatas seperti air, nutrisi dan sebagainya. Selain lingkungan dimensi social dan ekonomi penting dalam menentukan daya dukung sebuah daerah. Selain itu, Dinas Kependudukan dan Lingkungan Hidup dalam Daya Tampung Wilayah (1990:3), mendefinisikan daya dukung sebagai suatu ukuran individu dari suatu spesies yang dapat didukung oleh lingkungan tertentu. Dalam penelitian ini akan dikemukakan mengenai jumlah konsumen yang dapat didukung oleh jumlah kios yang ada di Pasar Induk Gedebage dan Pasar Induk Caringin.

## **F. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dalam proses pengumpulan data dilakukan dengan alat pengumpul data yang dikenal dengan instrumen data. Dalam penelitian ini teknik dan instrumen penelitian dalam proses pengumpulan data dilakukan dengan beberapa teknik, yaitu :

### 1. Observasi lapangan

Observasi lapangan merupakan cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian. Observasi lapangan ini berpedoman pada ceklist. Adapun yang diobservasi yaitu kondisi Pasar Induk Gedebage dan Pasar Induk Caringin termasuk didalamnya fasilitas pasar.

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Wawancara dilakukan pada konsumen di Pasar Induk Gedebage dan Pasar Induk Caringin dengan menggunakan pedoman wawancara. Sebelum membuat pedoman wawancara terlebih dahulu di membuat kisi-kisi instrumen yang nanti akan ditanyakan pada responden.

### 3. Studi Dokumentasi,

Studi dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder tentang masalah penelitian yaitu monografi, serta untuk pengambilan bukti berupa gambar daerah penelitian dengan menggunakan kamera.

### 4. Studi Literatur

Studi literature merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku-buku ataupun dari hasil penelitian orang lain yang berkenaan dengan masalah dan tujuan penelitian

## G. Alat dan Bahan

Alat dan bahan merupakan komponen penting dalam menunjang jalannya penelitian, baik mulai dari tahap pengumpulan data hingga dengan tahap analisis data. Adapun beberapa Alat dan Bahan yang dibutuhkan dipaparkan berikut ini.

1. Alat yang digunakan, yaitu terdiri dari :
  - a. Perangkat keras (*hardware*) yang digunakan adalah *notebook* jenis *Aspire One* dan printer XP DESKAJET 1000, dimana hasil akhirnya adalah berupa data visual (berupa gambar) serta hasil analisis penelitan yang dilakukan.
  - b. Perangkat lunak (*software*) yang digunakan adalah MapInfo Professional 10.5 untuk membuat peta-peta dan SPSS 18.
  - c. Kamera digital *Canoon 12 Mega Pixel*, untuk mengambil gambar dari sampel objek kajian dan daerah penelitian.
  - d. Alat tulis
2. Bahan yang digunakan, yaitu terdiri dari :
  - a. Peta Batas Administrasi dari JPEG Peta Batas Administrasi Kota Bandung.
  - b. Peta Sampel yaitu lokasi Pasar Induk Gedebage dan Pasar Induk Caringin.
  - c. Pedoman wawancara, adalah alat yang digunakan sebagai panduan dalam melakukan wawancara pada konsumen dan pedagang di Pasar Induk Gedebage dan Pasar Induk caringin.
  - d. Kuesioner (angket), adalah alat untuk mengumpulkan data berupa daftar pertanyaan tertulis kepada konsumen dan pedagang yang mengunjungi Pasar Induk.
  - e. Bahan tambahan dari buku dan internet untuk menunjang saat proses penelitian dan pengolahan data.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Tabulasi data

Data yang terkumpul kemudian di tabulasi dengan menggunakan data yang kemudian dikelompokkan tiap butir pertanyaan yang ada pada angket dan

pedoman wawancara. Hal ini dilakukan dengan cara memberikan kode dari setiap jenis instrument pengumpul data yang selanjutnya dimasukkan kedalam bentuk data grafik atau tabel.

## 2. Analisis Data

Dalam penelitian komparasi, dijelaskan Sudjud dalam Pabundu Tika (2002:236). Penelitian komparasi akan dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang.. dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan pandangan-pandangan orang, grup atau Negara, terhadap kasus, terhadap orang atau terhadap ide-ide.

Sebelum menganalisis data, terlebih dahulu menganalisis persebaran penduduk yang berada di sekitar wilayah Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Christaller mengenai Hirarki Pasar.

Setelah melihat persebaran konsumen di kedua Pasar Induk tersebut selanjutnya menganalisis data yang di dapat dari proses wawancara. Analisis data adalah kegiatan yang dimaksudkan untuk data dalam hubungan dengan keperluan menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis. Dengan pengolahan data yang dimaksud untuk mengubah data kasar menjadi data yang lebih halus dan bermakna.

Berdasarkan pernyataan Suwarno (1987) di atas maka dalam analisis data yang digunakan dalam penelitian komparasi ini adalah analisis data kuantitatif, yaitu analisis yang mengenai pengumpulan fakta yang menggambarkan persoalan dengan menggunakan perhitungan secara statistic. Sebagaimana dijelaskan oleh Suwarno bahwa:

Secara sederhana statistic yang sering digunakan dalam ilmu-ilmu social berkisar pada: 1) meringkas hasil observasi variabel *univariate* (tunggal); 2) menggambarkan hubungan relasi atau asosiasi; 3) membuat keputusan (*inference*).

Perhitungan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

### a. Perhitungan Presentase

Data yang dipergunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan teknik berdasarkan perhitungan presentase. Presentase merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian yang bersifat deskripsi. Data yang terkumpul kemudian dipresentase yang akan ditafsirkan dalam bentuk kalimat sebagai bentuk kualitatif. Ada pun rumus yang digunakan dalam presentase adalah :

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan :

P = presentase

f = frekuensi tiap kategori jawaban

n = jumlah keseluruhan responden/data

Kriteria penilaian skor yang digunakan berdasarkan pada kriteria sebagai berikut, dapat dilihat pada Tabel 3.3 Kriteria Penilaian Skor. Angka yang di masukan ke dalam rumus presentase di atas merupakan data yang diperoleh dari hasil jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan. Hasil perhitungan tersebut kemudian dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan.

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Penilaian Skor**

Nilai (%)	Kriteria Penafsiran
0 %	Tidak ada
1-24 %	Sebagian kecil
25-49 %	Kurang dari setengahnya
50 %	Setengahnya
51-74 %	Lebih dari setengahnya
75-99 %	Sebagian besar
100 %	Seluruhnya

*Sumber: Suharsimi Arikunto (1991:57)*

### b. Uji Beda T-Test

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan statistik. Analisis yang digunakan ialah Uji Beda T-Test. “Uji Beda T-Test dengan sampel Independen digunakan untuk mengetahui signifikansi rata-rata antara sampel yang

saling independen, yaitu melalui Independent-Sampel T Test” (Pramesti, G, 2006 : 84). Uji ini untuk menguji apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki rata-rata yang berbeda. Jadi tujuannya adalah membandingkan rata-rata dua Pasar Induk yang tidak berhubungan satu dengan yang lainnya. Apakah kedua Pasar Induk mempunyai nilai rata-rata yang sama ataukah tidak sama secara signifikan.

Hal pertama yang perlu diketahui ialah karakteristik lokasi, konsumen dan pedagang kedua Pasar Induk tersebut dengan mengidentifikasi dari beberapa aspek penting seperti lokasi (aksesibilitas) dan daya dukung yang berada di pasar Induk. Selanjutnya untuk mengetahui perbedaan yang ada di Pasar Induk Gedebage dengan Pasar Induk Caringin diperlukan Uji Beda T-Test. Hal ini dapat dilakukan dengan cara perhitungan yang dikemukakan oleh Sudjana, (2005 : 239 dan 241) yaitu sebagai berikut :

1. Jika kedua simpangan baku sama,  $\sigma_1 = \sigma_2 = \sigma$  tetapi  $\sigma$  tidak diketahui, maka statistik yang digunakan adalah :

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{s \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

Keterangan :

- t = Nilai t yang dihitung
- s = Simpangan baku/standar deviasi
- $\bar{X}_1$  = Nilai rata-rata data ke 1
- $\bar{X}_2$  = Nilai rata-rata data ke 2
- $n_1$  = Jumlah anggota sampel ke 1
- $n_2$  = Jumlah anggota sampel ke 2

2. Jika kedua simpangan baku tidak sama tetapi kedua populasi berdistribusi normal,  $\sigma_1 \neq \sigma_2$  dan kedua-duanya tidak diketahui, maka menggunakan statistik  $t'$  sebagai berikut :

$$t' = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{(s_1^2/n_1) + (s_2^2/n_2)}}$$

Keterangan :

$t'$  = Nilai t yang dihitung

$\bar{X}_1$  = Nilai rata-rata data ke 1

$\bar{X}_2$  = Nilai rata-rata data ke 2

$s_1^2$  = Varian/sebaran data ke 1

$s_2^2$  = Varian/sebaran data ke 2

$n_1$  = Jumlah anggota sampel ke 1

$n_2$  = Jumlah anggota sampel ke 2